

Практическая работа выполнена на сайте МатБюро <https://www.matburo.ru/>

Сделаем на заказ подробно, недорого, ответственно ваши задания:

https://www.matburo.ru/sub_subject.php?p=pr

©МатБюро - Решение задач по математике, экономике, статистике, программированию

Практическая работа по экономике

1. Сегментирование рынка товаров и поиск ниши рынка.

Цели

- Освоив теоретический материал и разобрав предложенный пример, приобрести навыки по решению задач сегментирования рынка.

Задание

Произвести расчет сформировавшихся сегментов рынка по продаже телевизионной аппаратуры и сделать вывод о целесообразности поставок телевизионной аппаратуры в тот или иной регион.

Изучив факторы, влияющие на сегментирование, дать рекомендации по формированию сегмента рынка в других регионах.

Исходные данные:

Фирма "К", занимающаяся производством телевизионной аппаратуры, освоила выпуск новейшей марки телевизоров в объеме 15000 штук. Маркетинговые службы определили регионы сбыта, в которые было поставлено и продано за один и тот же период времени определенное количество аппаратов.

Результаты деятельности показаны в таблице.

Таблица 1.5.

Количество поставленных и проданных телевизоров

Название региона	Поступило в продажу, ед.	Продано, ед.
Воронежская область	1100	900
Волгоградская область	1400	1000
Ростовская область	3800	3100
Мурманская область	1800	1600
Казахстан	2700	1000
Белоруссия	2400	1900
Санкт-Петербург	1800	1200
Итого:		

Практическая работа выполнена на сайте МатБюро <https://www.matburo.ru/>

Сделаем на заказ подробно, недорого, ответственно ваши задания:

https://www.matburo.ru/sub_subject.php?p=pr

©МатБюро - Решение задач по математике, экономике, статистике, программированию

Решение:

Проведём расчёты в таблице:

Название региона	Поступило в продажу, ед.	Продано, ед.	% поступивших к общему числу	% проданных к числу поставленных
Воронежская область	1100	900	7,33	81,82
Волгоградская область	1400	1000	9,33	71,43
Ростовская область	3800	3100	25,33	81,58
Мурманская область	1800	1600	12	88,89
Казахстан	2700	1000	18	37,04
Белоруссия	2400	1900	16	79,17
Санкт-Петербург	1800	1200	12	66,67
Итого:	15000	10700	100	71,33

1) В Воронежской области было продано 81,82% поставленных телевизоров при доле поступивших телевизоров 7,33%. По структуре хозяйства Воронежская область индустриально-аграрная. В составе промышленности преобладают машиностроение, электроэнергетика, химическая индустрия и отрасли по переработке сельскохозяйственного сырья. При этом существует достаточное количество магазинов импортной теле-, видео- и аудиотехники (около 82 компаний). Рост производственных предприятий, а также экспорт нефти и газа обеспечивает рост благосостояния населения, поэтому спрос на такие товары растёт. В связи с высокой долей проданных телевизоров следует увеличить поставки в Воронежскую область, предварительно глубже изучить потребителей.

2) В Волгоградской области было продано 71,43% поставленных телевизоров при доле поступивших телевизоров 9,33%. Волгоградская область — один из наиболее экономически

Практическая работа выполнена на сайте МатБюро <https://www.matburo.ru/>

Сделаем на заказ подробно, недорого, ответственно ваши задания:

https://www.matburo.ru/sub_subject.php?p=pr

©МатБюро - Решение задач по математике, экономике, статистике, программированию

развитых регионов России со сбалансированной структурой хозяйства. Многоотраслевое сельское хозяйство сочетается с разнообразной промышленностью, запасами нефти и газа. По территории области протекают две крупнейшие судоходные реки, соединенные Волго-Донским каналом. На территории области расположена Волжская ГЭС. Благоприятная экономическая ситуация положительно сказывается на благосостоянии населения, но и импортной техники в данном регионе больше, чем в Воронежской области, поэтому доля проданных телевизоров меньше. Но Волгоградский регион также перспективен для продаж из-за более благоприятной экономической ситуации, поэтому следует закрепить долю рынка в этом регионе путём расширения ассортимента, более выгодных условий поставки и т. д.

3) В Ростовской области было продано 81,58% поставленных телевизоров при доле поступивших телевизоров 25,33%. В Ростовской области, как и в Воронежской, развиты аграрная промышленность, тяжёлое и сельскохозяйственное машиностроение, угольная промышленность, автомобилестроение. Также наблюдается экономический рост и связанные с этим перспективы реализации телевизоров. Следует продолжать осваивать данный регион, увеличивать долю рынка.

4) В Мурманской области было продано 88,89% поставленных телевизоров при доле поступивших телевизоров 12%. В Мурманской области развиты рыбная, горнодобывающая, химическая промышленность и цветная металлургия. Также поставляется импортная теле-, видео- и аудиотехника. Следует принять во внимание холодный климат области, а значит, повышенную потребность в товарах для дома. В целом Мурманский регион можно назвать перспективным для развития рынка. Но, так как благосостояние населения невысоко, следует поставлять более дешёвые модели телевизоров.

5) В Казахстане было продано 37,04% поставленных телевизоров при доле поступивших телевизоров 18%. В Казахстане до сих пор сильны последствия кризиса – валюта обесценивается, доходы населения невысоки. Поэтому Казахстан не является перспективным регионом для поставки телевизоров.

6) В Белоруссии было продано 79,17% поставленных телевизоров при доле поступивших телевизоров 16%. Экономика Белоруссии отличается социальной стабильностью, существует Государственная комплексная программа развития регионов, малых и средних городских поселений. Также развито промышленное производство, и безработица составляет всего 0,9%. Белоруссию следует признать перспективным регионом для поставки телевизоров.

7) В Санкт-Петербург было продано 66,67% поставленных телевизоров при доле поступивших телевизоров 12%. Это объясняется перенасыщением города импортной теле-, видео- и аудиотехникой. Поставка телевизоров в Санкт-Петербург в целом перспективна, но для получения высоких доходов следует уменьшить долю поставок в этот город и увеличить долю поставок в регионы.

Практическая работа выполнена на сайте МатБюро <https://www.matburo.ru/>

Сделаем на заказ подробно, недорого, ответственно ваши задания:

https://www.matburo.ru/sub_subject.php?p=pr

©МатБюро - Решение задач по математике, экономике, статистике, программированию

Вопрос №1.

Назовите основные отличительные признаки рынка.

Ответ:

Первый отличительный признак рынка – взаимодействие продавцов и покупателей. Второй отличительный признак рынка – его конкурентный характер. Третий признак современного рынка – стабилизация отношений между субъектами рынка на основе интеграции, когда они, сохраняя стремление к взаимному соперничеству, вместе с тем оказываются заинтересованными в противодействии монополизации экономики.

Вопрос №2.

Какие основные типы рынков образуют современное рыночное хозяйство?

Ответ:

Основные элементы рынка – количество фирм и потребителей на рынке. По этим двум признакам можно выявить следующие типы рыночных структур.

Производители (предложение) Потребители (спрос)	Полиполия	Олигополия	Монополия
Полипсония	Двусторонняя полиполия (Конкуренция)	Олигополия	Олигополия
Олигопсония	Олигопсония	Олигополия, ограниченная олигопсонией	Монополия, ограниченная олигопсонией
Монопсония	Монопсония	Монопсония, ограниченная олигополией	Двусторонняя монополия

Моно (от греч. моно) - один, единый, означает присутствие на рынке либо одного потребителя (покупателя), либо одного производителя (продавца).

Практическая работа выполнена на сайте МатБюро <https://www.matburo.ru/>

Сделаем на заказ подробно, недорого, ответственно ваши задания:

https://www.matburo.ru/sub_subject.php?p=pr

©МатБюро - Решение задач по математике, экономике, статистике, программированию

Олиго (от греч. oligo) - несколько, означает присутствие на рынке нескольких продавцов или нескольких покупателей

Поли (от греч. poly) - много, означает присутствие на рынке большого (бесконечного, неизмеримого) количества продавцов или покупателей.

Полия (от греч. poliya) - продавать, продавец, характеризует наличие продавцов на рынке.

Псония (от греч. psoniya) - покупать, покупатель, характеризует наличие покупателей на рынке.

Соответственно, моно, олиго и поли являются приставками, а поля и псония - корнем терминов, характеризующих ту или иную структуру рынка.

Вопрос №3.

Чем отличаются секторы (доли) и сегменты?

Ответ:

Сектор рынка – это его часть, объединённая одним товаром/услугой или их группой. Сегмент рынка — часть рынка, представляющая собой группы потребителей с общими предпочтениями.

Вопрос №4.

По каким основным направлениям проводится анализ рынка?

Решение:

1. Основные направления анализа рынка:
2. Комплексные исследования рынка. Объем и структура рынка; характеристика рынка и тенденций его развития; потенциал роста рынка; анализ конкурентной среды.
3. Исследования конкурентов. Выявление основных конкурентов; определение их доли рынка, используемых стратегий; преимущества и недостатки конкурентов.
4. Исследования потребителей. Потребление и отношение к товарам, услугам (U&A); процесс принятия решения, поведение при покупке, осведомленность о марках, удовлетворенность ассортиментом, сегментация рынка; социально-демографический и психографический портрет целевой группы.
5. Исследования продукта. Тестирование концепции, названия и упаковки продукта; «слепые» тесты; оценка восприятия марки; исследование марок-конкурентов
6. Ценовые исследования. Определение оптимальной цены.

Практическая работа выполнена на сайте МатБюро <https://www.matburo.ru/>

Сделаем на заказ подробно, недорого, ответственно ваши задания:

https://www.matburo.ru/sub_subject.php?p=pr

©МатБюро - Решение задач по математике, экономике, статистике, программированию

7. Рекламные исследования. Оценка восприятия рекламных концепций; предварительное тестирование готовой рекламы; рекламный мониторинг и оценка эффективности рекламной компании; анализ рекламных материалов конкурентов.

Вопрос №5.

Поясните, как рекламные акции влияют на формирование рынка?

Ответ:

Рекламные акции способствуют позиционированию товара на рынке, увеличению продаж.

Вопрос №6.

Какие мероприятия Вы можете предложить по формированию сегмента рынка?

Ответ:

Изучение запросов потребителей, формирование ценовой стратегии, проведение рекламной кампании.